

*Олександр Мосейчук, Наталя Матушевська
(Житомир)*

УДК 811.111:81'42

**КОГНІТИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ КОМУНІКАТИВНОЇ СИТУАЦІЇ СПОКУСА
(НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОГО КІНОДИСКУРСУ)**

Стаття присвячена дослідженню когнітивно-прагматичному аналізу комунікативної ситуації СПОКУСА на матеріалі англomовного кінодискурсу. Розглянуто поняття поверхневої та глибинної прагматичної структури висловлення, які співвідносяться з феноменами експлікатури та імплікатури. Обґрунтовано необхідність покрокової послідовної інтерпретації конкретного фрагменту комунікативної діяльності з урахуванням вербальних та невербальних чинників. У зазначеному дослідженні вказано на основні параметри когнітивно-прагматичного аналізу, а саме

стратегії і тактики, що реалізуються у конкретних комунікативних актах, та наголошено на важливості ролі контексту. Проаналізовано фрагмент із кінофільму "Ідентифікація Борна", в якому продемонстровано реалізацію комунікативної ситуації СПОКУСА. Виявлено провідну роль слоту приманка – гроші. Комунікативну ситуацію СПОКУСА представлено у вигляді концептуальної метафори СПОКУСА – ЦЕ ТОРГИ. Реконструйовано етапи спокуси у досліджуваному прикладі.

Ключові слова: когнітивно-прагматичний аналіз, експлікатура, імплікатура, комунікативна ситуація, СПОКУСА, стратегія, тактика, мовленнєвий акт.

Аналіз соціальних і мовленнєвих складових дискурсу передбачає вивчення прагматики широкого (соціального) та вузького (комунікативного) контекстів. Необхідним на сучасному етапі є вивчення шляхів формування дискурсів з урахуванням когнітивних процесів, що знаходять своє відображення в конкретній регулятивній діяльності в умовах конкретного комунікативного середовища. На жаль, жодна з існуючих у сучасному мовознавстві окремих методик не дозволяє максимально повно визначити взаємодію чинників формування дискурсу в когнітивно-прагматичній площині. У нашому дослідженні ми взяли на себе відповідальність застосувати когнітивно-прагматичний метод до аналізу дискурсу. Ця методика вже проходила апробацію на матеріалах різних типів дискурсу [3, с. 59–63; 4; 5; 6], проте *метою* статті є визначення методологічних параметрів та алгоритму аналізу, а також демонстрація його ефективності та валідності на матеріалі комунікативної ситуації СПОКУСА.

Дослідницькі методики, залучені до когнітивно-прагматичного аналізу, не є кардинально новими. Традиційні методики у системній взаємодії з новітніми підходами дозволяють максимально уникнути суб'єктивної інтерпретації шляхом формалізації та використання методологічного алгоритму аргументації висновків. Таким чином, *об'єкт* дослідження має дуалістичний характер: сам аналіз як методологічний прийом, з одного боку, і комунікативна ситуація спокуси – з іншого. *Предмет* дослідження, відповідно, складають параметри й алгоритм методики та власне її використання для аналізу чинників формування дискурсу в комунікативній ситуації СПОКУСА в когнітивно-прагматичній площині.

Нами введено поняття поверхневої та глибинної прагматичної структури висловлення за аналогією до поверхневої та глибинної синтаксичної структури Н. Хомського, який, у свою чергу, запозичив відповідні поняття в універсальній граматиці Пор-Рояль, розробленій Клодом Лансло та Антуаном Арно. Зазначені структури дотично співвідносяться з поняттями експлікатури [8, 16], імплікатури [7], пресупозиції та імплікатури [13, с. 22–40], об'єднаних логічною операцією імплікації (якщо А..., то В).

Поняття поверхневої та глибинної прагматичної структури дозволили збагатити теорію імплікатур, теорію мовленнєвих актів, теорію мовленнєвого впливу та надають можливість практичній реалізації когнітивно-прагматичного підходу до вивчення комунікативної діяльності. Формалізація методики з опорою на логічний процес імплікації надає методу аргументативної валідності.

Звернення до когнітивних механізмів і процесів, залучення теорії концептуальної метафори/метонімії [14], елементів концептуального аналізу, визначення напрямків внутрішньо- та міжконцептуальної взаємодії виводять інтерпретативну методику на якісно новий рівень. Доказовість результатів забезпечується співвіднесеністю площини ментальних репрезентацій з конкретним мовленнєвим фрагментом та його елементами. Спроби поєднати зазначені площини вже мали місце у роботах представників концептуальної лінгвістики, але вони не мали успіху у вирішенні практичних завдань, спрямованих на аналіз конкретних мовленнєвих (або ширше – дискурсивних) фрагментів.

Когнітивно-прагматичний аналіз (далі КПА) вимагає покрокової послідовної інтерпретації конкретного фрагменту комунікативної діяльності з урахуванням вербальних та невербальних чинників, що формують контекстуальний фон. Складність використання когнітивно-прагматичного аналізу полягає у необхідності широкої фахової підготовки дослідника. На відміну від вузькогалузевих лінгвістичних методів, КПА вимагає поетапної реалізації традиційних та новітніх методик із залученням лінгвістичних та суміжних теорій, до яких, поміж інших, належать: компонентний, трансформаційний, дистрибутивний аналіз, методика аналізу безпосередніх складників (на лексичному, синтаксичному і текстовому рівнях), аналіз словникових дефініцій, стилістичний аналіз тексту та його компонентів на усіх рівнях, аналіз

просодичної структури висловлень, аналіз прагматично значущих комбінаторних та позиційних фонетичних процесів, дериваційний та етимологічний аналіз, методика фреймового моделювання значення, елементи концептуального аналізу, методика асоціативного аналізу, низка вузькопрагматичних методик тощо. КПА включає також аналіз невербальної складової поведінки суб'єктів дискурсу [1, 11, 2, 12, 6, 15], який здатний підсилити пояснювальний потенціал КПА поруч із аналізом вербальної складової. Аналіз вербальних та невербальних елементів проводиться суміжно з реконструкцією та моделюванням концептуальної площини конкретного комунікативного фрагменту.

Основними параметрами аналізу є стратегії і тактики, що реалізуються у конкретних комунікативних (з урахуванням вербальної та невербальної складових) актах. Стратегії та тактики визначаються на основі логічної операції імплікації з урахуванням пресупозиційного змісту. Підставою для кваліфікації мовленнєвих актів виступають отримані імплікатури, які формують глибинну прагматичну структуру висловлень (на відміну від поверхневої прагматичної структури, що реалізується в експлікатурі – значення висловлення без урахування конкретного контекстуального фону). В основу методу покладено фундаментальну для когнітивної прагматики тезу П. Грайса (what is said and what is meant) щодо значущості диференціації висловленого (озвученого, написаного тощо) і того, що малося на увазі (що реалізується за допомогою висловленого). Оскільки комунікація є середовищем регуляції поведінки, а мова виступає в якості інструмента регулятивної діяльності, інформація, що передається під час цього процесу, має конкретне прагматичне призначення. Це означає, що інформація виконує функцію регуляції, а не інформування. Метою КПА є встановлення структури глибинного прагматичного значення у вигляді імплікатур, які є фундаментальними одиницями формування конкретних дискурсів (комунікативних епізодів/фрагментів/подій).

Іншим параметром аналізу є розмежування комунікативних типів речення (ствердження, питання, заперечення) і комунікативних актів (вербальних, невербальних та гібридних). Ототожнення зазначених елементів призводить до хибної інтерпретації глибинних смислів або до неможливості їх встановлення та, відповідно, побудови ментальної моделі конкретного комунікативного епізоду чи абстрагованої комунікативної ситуації. Комунікативні типи речень мають формальний характер, тобто є лише формою комунікативних актів, і, по суті, не мають чіткої комунікативної мети і, відповідно, інтенції. Оскільки спілкування є не звичайною передачею інформації, а процесом регуляції поведінки шляхом обміну завжди прагматично призначеної інформації, суб'єкти дискурсу майже ніколи не стверджують заради ствердження, не запитують заради запитання і не заперечують заради заперечення. Комунікативні типи речень є лише формою існування вербальної інформації, що використовується з конкретною метою, задовольняючи потреби суб'єкта, які викликають відповідні інтенції. Якщо комунікативний тип речення визначається за формою, то комунікативний акт має кваліфікуватися відповідно до інтенціонального змісту з урахуванням контекстуального обмеження, яке відкидає нерелевантні смисли для аналізу конкретного фрагменту.

Різниця між сказаним і тим, що малося на увазі, свідчить про непрямий характер комунікації у середовищі людей. Через низку соціальних причин переважна більшість наших мовленнєвих дій постає у вигляді непрямих мовленнєвих актів, глибинний зміст яких потребує інтерпретації.

Особливе місце в КПА відіграє роль контексту. Під час розробки та апробації методики ми досить часто зустрічалися з критикою з боку колег щодо суб'єктивності отриманих імплікатур та валідності результатів аналізу. Є декілька шляхів усунення суб'єктивності аналізу і підвищення валідності отриманих результатів. В першу чергу, це об'єктивно присутні в конкретному фрагменті дискурсу контекстуальні рестриктори (обмежувачі), урахування яких не припускає виведення нерелевантних для певного контексту імплікатур. До контекстуальних рестрикторів, таким чином, належать Час, Місце, Обставини, Учасники (їх соціальні та комунікативні Ролі, Відносини та соціальний Статус, спільні та відмінні Знання/Переконання, Потреби, Наміри та Цілі), вербальні та невербальні Дії.

З іншого боку, суб'єктивність усувається шляхом детальної, послідовної аргументації на кожному етапі аналізу. Дослідник має розглядати і враховувати потреби суб'єктів дискурсу, які

породжують їх інтенції, формують стратегії та тактики, актуалізуючись у конкретній локальній комунікативній меті комунікативного акту. Суб'єкт ініціює комунікативну діяльність лише у випадку наявності потреби (усвідомленої або неусвідомленої), яка відображається в інтенціях та конкретизується в комунікативному (вербальному та/або невербальному) акті. Метою аналізу є встановлення імплікатур – глибинного прагматичного змісту, що керує діяльністю суб'єктів дискурсу та визначає структуру і послідовність мовного матеріалу. На кожному кроці аналізу дослідник повинен ставити питання, чому суб'єкт обирає певну інформаційну структуру і чого він прагнув досягти, вживаючи цю структуру. Тобто фокус уваги дослідника переноситься з "як побудовано висловлення та його компоненти" на "для чого висловлення та його компоненти побудовані таким чином". Відповідь на останнє запитання розкриває причини структурної (стильової, просодичної, морфологічної, лексичної, синтаксичної тощо) варіації висловлювань і дозволяє визначити структуру суб'єктивних когнітивних моделей (subjective mental models) [9, с. 57-66; 10, с. 5-6] комунікантів у конкретній ситуації.

Відповідно, будь-яка комунікативна діяльність є взаємодією, тобто взаєморегуляцією когнітивних (ментальних) структур суб'єктів дискурсу, де вербальні та невербальні засоби постають у вигляді інструментів. Продукуючи висловлення, мовець експліцитно чи імпліцитно демонструє і надає доступ до власних когнітивних моделей та одночасно апелює до когнітивних структур адресата (концептів та їх слотів, макроконцептів, міжконцептуальних зв'язків у вигляді концептуальних метафор, метонімії тощо) з метою здійснення регулятивного впливу.

Задля підтвердження вищенаведеної методології проаналізуємо фрагмент із кінофільму "Ідентифікація Борна" та скрипт кінострічки, в якому актуалізується комунікативна ситуація спокуси. Учасниками ситуації є два комуніканта Джейсон Борн і Марі. Спокусником у цьому прикладі виступає Джейсон Борн – колишній співробітник ЦРУ, за яким женеться поліція. Джейсон хоче дістатися Парижу. Жертвою спокуси є Марі – студентка з Німеччини, якій потрібні гроші.

Поверхнева прагматична структура (експлікатура)	Глибинна прагматична структура (імплікатура)
MARIE HELENA KREUTZ: What are you looking at?	M.: STOP LOOKING AT ME OR...
JASON BOURNE: I heard you inside.	J.: I KNOW YOUR NEEDS.
M.: What?	M.: I DIDN'T UNDERSTAND. EXPLAIN.
J.: The consulate. I heard you talking. I thought maybe we could help each other.	J.: I WAS PRESENT WHEN YOU WERE AT THE CONSULATE AND I HEARD ABOUT YOUR PROBLEMS. I CAN SOLVE YOUR PROBLEMS, AND YOU – MINE.
M.: How's that?	M.: EXPLAIN, DETALIZE.
J.: You need money. I need a ride out of here.	J.: YOU WILL GET MONEY IF YOU DRIVE ME OUT OF HERE.
M.: I'm not running a car service. Thank you.	M.: I WON'T DRIVE. I REFUSE.
J.: I'll give you \$10.000 to drive me to Paris. <i>Jason shows a wad of notes</i>	J.: YOU WILL GET 10.000\$ FOR THE JOB. NO SCAM. YOU'VE GOT THE MONEY RIGHT NOW AND HERE
M.: What, do you think I'm a fool?	M.: I DON'T BELIEVE YOU.
J.: You'd be a fool not to take it.	J.: THIS IS THE BEST OFFER. YOU ARE SMART ENOUGH TO ACCEPT IT. DON'T WASTE THE CHANCE.
M.: What is this, a joke? Some kind of scam?	M.: I STILL DON'T TRUST YOU. HOWEVER, I AM INTERESTED. PROVE THAT YOU WON'T CHEAT ME.
J.: No, it's no scam. And I'll give you another \$10.000 when we get there. <i>Jason throws the money to Marie</i>	J.: EVERYTHING IS HONEST. THE MONEY IN YOUR HANDS WILL GET DOUBLED SOON.
(POLICE SIREN WAILING)	M.: I DON'T WANT ANY PROBLEMS WITH

M.: Jesus. Is that for you?	THE POLICE.
J.: Look. You drive, I pay. It's that simple.	J.: DON'T WORRY. DON'T BE AFRAID. I WON'T CHEAT YOU. THERE IS NO DANGER, YOU DO YOUR JOB, I PAY FOR IT.
M.: I got enough trouble, okay?	M.: I WOULD LIKE TO, BUT I STILL HEZITATE.
J.: Okay. Can I have my money back?	J.: THEN YOU HAVE WASTED YOUR CHANCE.
M.: All right, go.	M.: I ACCEPT.

Марі баряться біля машини і помічає, як за нею спостерігає незнайомиць, що викликає у дівчини занепокоєння. Адресат використовує захисну стратегію, що реалізується непрямим мовленнєвим актом погрози із активацією тактики нападу (*What are you looking at?*) із імплікатурою STOP LOOKING AT ME OR... Адресант заспокоює адресата (*I heard you inside.*), що виражається імплікатурою I KNOW YOUR NEEDS. Реципієнт застосовує мовленнєвий акт здивування у формі запитання (*What?*) із імплікатурою I DIDN'T UNDERSTAND. EXPLAIN. Спокусник знову вдається до тактики заспокоєння (*The consulate. I heard you talking.*), використовуючи короткі речення, посилаючись на авторитетну установу, де він почув цю інформацію, що реалізується імплікатурою I WAS PRESENT WHEN YOU WERE AT THE CONSULATE AND I HEARD ABOUT YOUR PROBLEMS. Спокусник вживає тактику демонстрації потреб (стратегія торгівельних перемовин), що актуалізується ввічливим мовленнєвим актом пропозиції з метою заспокоєння завдяки використанню маркерів модальності *thought, maybe, could (I thought maybe we could help each other.)* із імплікатурою I CAN SOLVE YOUR PROBLEMS, AND YOU – MINE. Тактика, обрана адресантом, діє у правильному напрямку, оскільки апелює до когнітивної моделі потреб реципієнта.

Адресат використовує тактику уточнення, що реалізується у перепитуванні, це свідчить про зацікавленість реципієнта (*How's that?*) і виражено імплікатурою EXPLAIN, DETALIZE. Наведена деталізація експлікує про нагальну потребу в грошах. Реципієнт не відмовляє. Джейсон усвідомлює, що діє у правильному напрямку, оскільки Марі демонструє зацікавленість і просить уточнення. Адресант актуалізує непрямий мовленнєвий акт пропозиції (*You need money. I need a ride out of here.*) з імплікатурою умови IF: YOU WILL GET MONEY IF YOU DRIVE ME OUT OF HERE. Паралельні конструкції *You need ... I need* інтерпретуються як мовленнєвий акт пропозиції через конвенціалізовану в них імплікатуру опозиції та умови.

Адресат вдається до непрямого акту відмови, актуалізуючи захисну стратегію, тактику демонстрації статусу (*I'm not running a car service*), що має імплікатуру I WON'T DRIVE. Непрямий мовленнєвий акт відмови експлікується псевдоактом подяки (*Thank you*) з імплікатурою I REFUSE. Подяка у цьому контексті є нерелевантною ознакою і тому кваліфікується як непрямий саркастичний мовленнєвий акт відмови. Реципієнт уникає прямої категоричної відмови, що свідчить про можливість кооперації між комунікантами. З іншого боку, адресат, продукуючи висловлення *I'm not running a car service*, починає підсвідомо грати за правилами адресанта і реалізує тактику підвищення ставок у межах стратегії торгівельних перемовин.

У фрагменті експлікується ментальна модель спокуси у вигляді концептуальної метафори СПОКУСА – ЦЕ ТОРГИ. Джейсон дотримується стратегії торгівельних перемовин шляхом тактики максимального підвищення ставок за допомогою мовленнєвого акту пропозиції *I'll give you \$10.000 to drive me to Paris*. Актуалізація концепту THE BEST OFFER у свідомості реципієнта є одночасно апеляцією до слоту MONEY, що виступає атрактором у концептуальній структурі комунікативної ситуації СПОКУСА. Слот MONEY безпосередньо пов'язаний зі слотом NEEDS. Міжконцептуальна взаємодія MONEY– NEEDS активізує концептуальну метафору ГРОШІ – ЦЕ СВОБОДА, яка має відіграти значну роль у прийнятті рішення.

Спокусник уникає умовного речення зі сполучником *if*, оскільки його наявність активізує можливість двох варіантів розв'язання ситуації: згоду і відмову (що невигідно для спокусника). Адресант структурує висловлення за допомогою інфінітиву із значенням умови, який експліцитно виконує синтаксичну функцію мети (пор. *I'll give you \$10.000 if you drive me to Paris vs I'll give you \$10.000 to drive me to Paris.*) з імплікатурою YOU WILL GET 10.000\$ FOR THE JOB, що, на відміну від *if*, імплікує модальність впевненості. Це досягається переведенням

фокусу уваги з умови на результат, який задовольнить потреби. Таким чином, Джейсон зосереджує увагу Марі на реалізації її потреб і на поверхневому рівні усуває можливість вибору, що заважає реципієнту прийняти вигідне для адресанта рішення. Спокусник реалізує невербальний комунікативний акт – дістає пачку з банкнотами і показує її адресату, що актуалізується у комбінації тактик демонстрації і платоспроможності. Пропозиція Джейсона набуває більшої ваги, оскільки підсилюється імплікатурою NO SCAM. YOU'VE GOT THE MONEY RIGHT NOW AND HERE.

Реципієнт вдається до тактики демонстрації недовіри (*What, do you think I'm a fool?*), що містить імплікатуру I DON'T BELIEVE YOU. Марі хоче дізнатися, наскільки обґрунтованою є пропозиція її співрозмовника, оскільки її зацікавленість значно зросла під тиском демонстрації грошей та наявністю потреб, які вони здатні вирішити. Адресант реалізує тактику порівняння, яка є елементом аргументативної стратегії (*You'd be a fool not to take it.*) і проявляється в обґрунтуванні своєї пропозиції, що засвідчує імплікатура THIS IS THE BEST OFFER. YOU ARE SMART ENOUGH TO ACCEPT IT. DON'T WASTE THE CHANCE. Адресат знову актуалізує тактику демонстрації недовіри, що реалізується мовленнєвим актом прохання надати гарантій у вигляді запитань: *What is this a joke? Some kind of scam?* Марія хоче підтвердження реальності намірів адресанта, що втілюється в імплікатурі I STILL DON'T TRUST YOU. HOWEVER, I AM INTERESTED. PROVE THAT YOU WON'T CHEAT ME.

Спокусник підсилює аргументативну стратегію тактикою демонстрації платоспроможності і тактикою плати наперед у вигляді невербального мовленнєвого акту запевнення-гарантії (кидає пачку із банкнотами на суму \$10.000 адресату) і дублює його вербальним актом заспокоєння (*No, it's no scam.*), а також підкріплює промісивом-гарантією (*And I'll give you another \$10.000 when we get there*) із загальною імплікатурою EVERYTHING IS HONEST. THE MONEY IN YOUR HANDS WILL GET DOUBLED SOON. Такі дії адресанта демонструють щирість намірів, усувають, принаймні, експліцитну вірогідність шахрайства, можливість задовольнити потреби, долає страхи, а реальні гроші виконують роль інструмента спокуси і активізують концепт ВОЛОДІННЯ та СВОБОДА.

Адресант поступово змінює аргументативну стратегію на маніпулятивну з використанням сугестивної тактики: Марі, тримаючи гроші у руках, починає перевіряти, чи не підроблені вони, та відчуває себе їх власником. Але, якщо вона не погодиться на пропозицію Джейсона, вона їх втратить, що є неприпустимим з позицій власника. Цей маркетинговий прийом досить часто використовується в торгівлі, коли продавець пропонує покупцеві приміряти, скуштувати, випробувати товар і, таким чином, відчути його вплив на задоволення власних потреб. Спокусник використовує маніпулятивну стратегію, яка ставить реципієнта перед вибором: *віддавати чи не віддавати гроші*, які Марі так потрібні. Акцент переноситься з *їхати чи не їхати* на *віддавати чи не віддавати*. Віддавати означає *втрачати*, а концепт ВТРАТА суперечить складовим концептам ВЛАСНИК.

З іншого боку, спокусник використовує тактику гри на підвищення ставок, збільшуючи винагороду вдвічі. Джейсон вживає підрядне речення часу замість умови (*And I'll give you another \$10.000 when we get there.*) з метою усунення сумнівів, що експлікує переконливість та впевненість шляхом асертивної (стверджувальної, що виключає інші варіанти) обіцянки-гарантії. Таким чином, у проаналізованому фрагменті актуалізується імплікатура THIS IS THE BEST OFFER. Сполучник IF має імплікатуру сумніву, а WHEN додає впевненості в отриманні результату (отримаєш не *якщо*, а *коли*). У наведеному прикладі застосовується агресивна (активна, наполеглива) спокуса, яка актуалізується через регулятивний вплив на концепт NEEDS та суміжні концептуальні утворення у вигляді постійного тиску на потреби адресата.

У цей час лунають сирени поліції. Марі здогадується, що розшукують її співрозмовника, і демонструє своє занепокоєння (*Jesus. Is that for you?*), виражене імплікатурою I DON'T WANT ANY PROBLEMS WITH THE POLICE.

Протягом усього фрагменту Джейсон посідає домінуючу позицію, тоді як Марі поступово підкоряється його діям. Зважаючи на дистрибуцію соціальних ролей, Джейсон виконує роль дорослого, а Марі – дитини, що відповідає слотам учасників (СПОКУСНИК і ЖЕРТВА) ментальної моделі комунікативної ситуації СПОКУСА. Адресант поводить себе впевнено і

намагається заспокоїти адресата (*Look.*), що реалізується в імплікатурі DON'T WORRY. DON'T BE AFRAID. Спокусник використовує тактику ухиляння від відповіді через занепокоєння викликати підозри та налякати адресата. Тому Джейсон актуалізує тактику тематичного переключення, змінюючи тему розмови, і знову концентрує увагу Марі на легкості і вигідності пропозиції (*You drive, I pay.*). Застосовуючи розглянуту тактику, адресант вдається до часткової дезінформації, і хоча формально відповідь Джейсона не містить прямої брехні, але замовчання в цьому контексті свідчить про неповну щирість між комунікантами. Спокусника бентежить питання реципієнта, і він намагається ухилитися та мінімізувати об'єм невідповідної для нього інформації.

Джейсон активізує глибинну ментальну структуру MONEY FOR JOB, яка реалізує простоту умови та статус замовника, що актуалізується в мові високочастотними одиницями *pay to play, pay for play, play as you play, you pay you play, if you don't pay you can't pay, he who pays the piper calls the tune*, використовуючи паралельні конструкції (*You drive, I pay.*), що мають імплікатуру I WON'T CHEAT YOU. THERE IS NO DANGER, YOU DO YOUR JOB, I PAY FOR IT. Джейсон одночасно демонструє вищий статус замовника роботи та апелює до логіки (*It's that simple.*) із імплікатурою АСЦЕРТ.

Марі застосовує тактику непрямой відмови (*I got enough trouble, okay?*), що містить імплікатуру I WOULD LIKE TO, BUT I STILL HEZITATE. *Okay* вказує на невпевненість, що може бути інтерпретована як маніпулятивна стратегія торгів, тактика підвищення ставок.

Спокусник розуміє, що треба діяти агресивніше і категоричніше, та вдається до маніпулятивної тактики відмови від власної пропозиції і вимагає повернення грошей (*Okay. Can I have my money back?*), що реалізується в імплікатурі THEN YOU HAVE WASTED YOUR CHANCE. Тут чітко простежується апеляція до слоту атрактора MONEY та його потужний вплив на слот NEEDS вузла PARTICIPANT-VICTIM у складі концептуальної моделі комунікативної ситуації СПОКУСА.

В уяві Марі вже віртуально вирішила свої проблеми завдяки грошам. Відмовитися від пропозиції – означає розлучитися з грошима, які адресат вже вважає "своїми". Коли у людини забирають те, чим вона володіє, тоді вона набагато чіткіше і гостріше відчуває потребу. Відмова від грошей повертає адресата до колишніх проблем, до почуття тривоги та стану фрустрації. Залежність від грошей тисне на рішення реципієнта. Марі не може протистояти спокусі у вигляді тиску потреб та, як на це і розраховував спокусник, поступається (*All right, go*), що виражається імплікатурою I АСЦЕРТ.

Спокусник завдяки послідовному використанню тактик досягає своєї мети. Легко помітити акцент на задоволенні потреб, що пронизує весь діалог. Провідну роль у розглянутій ситуації спокуси відіграє постійна активація слоту ПРИМАНКА у складі концепту СПОКУСА – гроші, що підсилюється невербальними і мовленнєвими актами зі збільшенням обсягу атрактора (приманки). Етапи спокуси у наведеному прикладі можна зобразити таким чином: (1) встановлення контакту, (2) пропозиція, (3) перемовини, (4) капітуляція.

Оскільки комунікативна ситуація спокуси активізується концептуальною метафорою СПОКУСА – ЦЕ ТОРГИ, найбільш активно використовується стратегія перемовин, що реалізується тактикою підвищення ставок, сугестивною тактикою демонстрації результату і маніпулятивними тактиками зміщення фокусу уваги та відмови від попередньої пропозиції. Спокусник апелює до ментальних структур, пов'язаних з концептом ПОТРЕБИ, і намагається активізувати інтенції, спрямовані на задоволення потреб шляхом постійного посилення на слот АТРАКТОР у ментальній моделі комунікативної ситуації СПОКУСА. Головним завданням спокусника є нейтралізація дії слоту ОПІР у суб'єктивній ментальній моделі жертви, що досягається вищевказаними тактиками у вигляді максимального тиску на потреби жертви шляхом демонстрації позитивного результату і мінімізації небезпек і страхів реципієнта.

Результати досліджень свідчать, що когнітивно-прагматичний аналіз є потужним інструментом вивчення чинників і принципів формування дискурсів, уможлиблює дослідження когнітивної площини конкретного комунікативного фрагменту з урахуванням взаємодії вербальної і невербальної складових. Послідовний покроковий аргументативний алгоритм аналізу надає валідності отриманим висновкам і сприяє легкому виявленню помилок на різних

етапах інтерпретації дискурсу. Незважаючи на ефективність та валідність результатів, когнітивно-прагматичний аналіз вимагає доопрацювання, більшої формалізації, роботи над метамовою методикою, апробації під час роботи з іншим матеріалом, що, відповідно, і визначає перспективу подальших досліджень у межах окресленого напрямку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Крейдлин Г. Е. Невербальная семиотика: Язык тела и естественный язык [Текст] / Г. Е. Крейдлин. – М. : Новое литературное обозрение, 2004. – 584 с.
2. Крейдлин Г. Е. Невербальная семиотика в ее соотношении с вербальной / Г. Е. Крейдлин : автореф. дисс. на соискание науч. степени докт. филол. наук : спец. 10.02.19 "Общее языкознание, социолінгвістика, психолінгвістика" / Москва, 2000. – 68 с.
3. Мосейчук О. М. Методи проведення лінгвістичних досліджень : Навчально-методичний посібник / О. М. Мосейчук. – Житомир : ЖДУ імені Івана Франка, 2012. – 75 с.
4. Мосейчук О. М. Специфіка реалізації класової дискримінації в англomовному дискурсі / О. М. Мосейчук // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, № 1124. – 2014. – С. 97–103.
5. Мосейчук О. М. Функціонально-прагматичні особливості реалізації іронії та сарказму в контексті бізнес перемовин / О. М. Мосейчук, К. С. Разгонова // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. – 2014. – Вип. 2. – С. 149–155.
6. Мосейчук О. М. Концептуальна структура англomовного трейлера до кінофільмів у жанрі драма / О. М. Мосейчук, Д. Ю. Фекете // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. – 2015. – № 80. – С. 172–176.
7. Bach K. Conversational Implicature / K. Bach // Mind and Language, # 9. – 1994. – P. 124–162.
8. Carston R. Thoughts and Utterances : The Pragmatics of Explicit Communication / R. Carston. – Oxford : Blackwell, 2002. – 418 p.
9. Dijk T. A. van. Discourse and Context. A Sociocognitive Approach / T. A. van. Dijk. – Cambridge : Cambridge University Press, 2008. – 267 p.
10. Dijk T. A. van. Society and Discourse. How Social Context Influences Text and Talk / T. A. van. Dijk. – Cambridge : Cambridge University Press, 2009. – 287 p.
11. Ekman P. Emotions Revealed : Recognizing Faces and Feelings to Improve Communication and Emotional Life / P. Ekman. – 2nd ed., New York : Holt Paperbacks, 2007. – 288 p.
12. Ekman P. Unmasking the Face : A Guide to Recognizing Emotions from Facial Clues / P. Ekman, W. V. Friesen. – Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, 1975. – 212 p.
13. Grice H. P. Studies in the Way of Words. Cambridge / H. P. Grice. – Mass. : Harvard University Press, 1989. – 394 p.
14. Lakoff G. Metaphors We Live By / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago and London : University of Chicago Press, 1980. – 177 p.
15. Pease A. Body Language : How to Read Other's Thoughts by Their Gestures / A. Pease. – Sydney : Camel / Pease Training International, 2002. – 229 p.
16. Wilson D. Meaning and Relevance / D. Wilson, D. Sperber. – Cambridge : Cambridge University Press, 2012. – 400 p.

Мосейчук А., Матушевская Н. Когнитивно-прагматический анализ коммуникативной ситуации СОБЛАЗН (на материале англоязычного кинодискурса).

Статья посвящена исследованию когнитивно-прагматического анализа коммуникативной ситуации СОБЛАЗН на материале англоязычного кинодискурса. Рассмотрены понятия поверхностной и глубинной прагматической структуры высказывания, которые соотносятся с феноменами экспликации и импликации. Обоснована необходимость пошаговой последовательной интерпретации конкретного фрагмента коммуникативной деятельности с учетом вербальных и невербальных факторов. В проведенном исследовании указано на основные параметры когнитивно-прагматического анализа, а именно стратегии и тактики, реализуемые в конкретных коммуникативных актах, и отмечена важность роли контекста. Проанализирован фрагмент из кинофильма "Идентификация Борна", в котором продемонстрировано реализацию коммуникативной ситуации СОБЛАЗН. Выявлено главную роль слота приманка – деньги. Коммуникативную ситуацию СОБЛАЗН представлено в виде концептуальной метафоры СОБЛАЗН – ЭТО ТОРГИ. Реконструировано этапы соблазна в исследуемом примере.

Ключевые слова: когнитивно-прагматический анализ, экспликация, импликация, коммуникативная ситуация, СОБЛАЗН, стратегия, тактика, речевой акт.

Moseychuk A., Matushevskaya N. Cognitive Pragmalinguistic Analysis of the Communicative Situation of TEMPTATION (a Case Study of the English Cinema Discourse).

The article investigates cognitive pragmalinguistic analysis of the communicative situation of TEMPTATION with the English cinema discourse being a case study. The research considers the notion of surface and deep pragmatic structures of the utterance that are relevant to the phenomena of explicature and implicature. The paper proves the necessity of a step-by-step sequential interpretation of the actual communication fragment with the verbal and nonverbal factors being taken into consideration. The investigations seek to provide the basic parameters of cognitive pragmalinguistic analysis including the strategies and tactics actualized in specific communicative acts as well as emphasizes the significance of the context. The analyzed "The Bourne Identity" fragment explicates the communicative situation of TEMPTATION. The attractor slot proves to play a critical part in tempting. The communicative situation of TEMPTATION is presented in the form of the conceptual metaphor TEMPTATION IS BARGAINING. The stages of temptation are reconstructed in the example under analysis.

Keywords: *cognitive pragmalinguistic analysis, explicature, implicature, communicative situation, TEMPTATION, strategy, tactic, speech act.*